Modeling the image of a Russian politician in the English language press

The article deals with the language means used to form the image of a Russian politician D.A. Medvedev in the texts of the English language press. The methods of constructing the image of a politician with regard to its linguistic component are under consideration. It is proved that in the structure of the image of the Russian politician in the English language press there are external characteristics, professional and personal qualities, which are actualized in the media texts in the aspect of the conceptual content, figurative and perceptive features of the politician, his evaluation characteristics.

Key words: *image, media text, linguistic devices, conceptual content, imagery and perceptual characteristics, evaluation characteristics, metaphorical model.*

(Статья поступила в редакцию 26.04.2018)

И.А. ВОРОБЬЁВА, Н.Ю. ПАВЛОВА
(Хабаровск)

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МАССМЕДИЙНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Рассматриваются структурные особенности массмедийных неологизмов английского языка. Выявлено 9 основных морфологических способов словообразования неологизмов. Наиболее продуктивными способами словообразования являются словосложение, аффиксация, контаминация. Меньшей продуктивностью обладают усечения, акронимы, конверсия. Наименьший процент составляют аббревиатуры, удвоения и случаи обратной деривации.

Ключевые слова: *неологизмы, способы словообразования, словосложение, аффиксация, контаминация, усечение, акронимы, конверсия, аббревиатура, удвоение, обратная деривация.*

Английский язык непрерывно обогащается новыми словами и словосочетаниями на протяжении всей истории своего развития. Повышенный интерес к проблеме неологии обусловлен важной ролью неологизмов в современном английском языке, отражающей развитие и приспособление языка к новым условиям его функционирования, изменяющимся под влиянием внешних факторов.

Интерес к изучению причин появления новых слов и закономерностей их образования не ослабевает в течение многих десятилетий. Целый ряд исследований, написанных на материале английского и русского языков, посвящен изучению неологизма, его характеристик, подвидов и особенностей употребления. Проблемы неологизмов изучали многие отечественные, а также зарубежные лингвисты: В.Г. Гак, В.И. Заботкина, М. Кадок, Р. Квирк, Н.З. Котелова, Д. Кристал, П. Ньюмарк, Е.Р. Розен и др., научные разработки которых послужили общетеоретической базой для данного исследования.

На сегодняшний день большой интерес представляет социальная сфера, т. к. в рамках именно этой области появляется чрезвычайно много неологизмов, что обусловлено большими изменениями в обществе в связи с глобализацией культуры и глобальной информатизацией мирового сообщества. Сегодня СМИ отражают все глобальные процессы, происходящие на планете, поэтому появление неологизмов затронуло и информационную сферу.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения новой лексики как средства отражения изменений в современной лингвокультуре. Более того, в силу нестабильности и неопределенного статуса неологизма, методов его сбора и условий его регистрации на данный момент многие учебные пособия и лексикографические словари содержат устаревшие данные, в то время как множество недавно образованных неологизмов, вошедших в язык, остаются незафиксированными, что, мы надеемся, данное исследование сможет в некоторой мере восполнить.

Целью исследования является анализ структурных особенностей английских массмедийных неологизмов. Объектом исследования послужили английские новообразования (неологизмы, используемые в языке современной англоязычной прессы 2014–2018 гг.). Предмет исследования – структурные характеристики новых слов.

Материалом исследования послужили около 200 новых лексических единиц, полученных в результате сплошной выборки из английских печатных и аудиовизуальных ин-

© Воробьёва И.А., Павлова Н.Ю., 2018

формационных источников: The Guardian, The Times, The Daily Telegraph, The Sun, The Daily Mail, The Daily Mirror, The People, Channel 4 News, Europe This Week, The Rob Brydon Show, The One Show, The Sunday Hour on BBC Radio. Хронологические рамки исследования ограничены периодом с 2014 по 2018 г.

К числу важных проблем современной неологии относится отсутствие четкой терминологической базы – в современной лингвистике на данный момент нет единого подхода к определению понятий «новое слово», «неологизм» и «инновация». Известно, что еще несколько десятилетий назад понятие «инновация» использовалось для обозначения нового слова, появившегося в языке в результате структурных и семантических изменений или заимствования. Однако сейчас некоторые исследователи (Е.В. Сенько и др.) определяют инновации как родовое понятие, обозначающее новые явления на всех уровнях языка [6].

Согласно Л.Л. Касаткину, термин *новообразование* имеет прямое отношение к деривации и указывает на морфологические, синтаксические, фонетические аспекты образования нового слова, которые появились в языке в результате деривации, т. е. создания одних языковых единиц (дериватов) на основе других, принимаемых за исходные [4]. Г.Ф. Алиаскарова считает, что под новообразованиями необходимо понимать неологизмы, состоящие из отдельных, ранее использовавшихся в языке слов и элементов или новой их комбинации [1].

Толкования понятия «неологизм» в лингвистике можно условно разделить на широкое, относительно которого любые новые лексические единицы, появляющиеся в языке и речи, считаются неологическими, и узкое, согласно которому неологической считается только та лексика, которая возникла в силу общей потребности дать имя новому предмету или выразить новое понятие и которая функционирует в речи в качестве готовых воспроизводимых единиц [3].

Согласно толковому переводческому словарю Л.Л. Нелюбина, неологизмы – это слова окказиональные, временные, возникающие в языке иногда только в данном контексте, но иногда и приобретающие право гражданства в языке на то или иное время. Этот же словарь определяет неологизмы как новые слова, еще не зарегистрированные в переводных двуязычных словарях, или не зафиксированные словарями новые значения слов, уже существующих в языке [5].

Мы придерживаемся мнения И.В. Арнольд, которая под неологизмом понимает лексическую единицу, созданную по существующим в языке словообразовательным моделям или заимствованную для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или нового значения у уже существующего слова, вновь появившегося в языке на определенном этапе его развития [2].

В ходе анализа лексического строя современного английского языка было выявлено, что некоторые из выделенных нами слов уже прошли этап лексикализации и институализации, другие находятся на этапе движения от периферии к центру, а третьи, возможно, никогда не войдут в активный состав языка, что обусловлено динамичным развитием лексического строя английского языка. Однако, как правило, требуется несколько лет для того, чтобы определить этапы развития нового слова в языке до момента его фиксации в словарях, что в данный момент не представляется возможным.

Во время исследования мы обращались к электронным словарям неологизмов, таким как Cambridge New Words Dictionary [7], Oxford Learner's Dictionaries [8] и др.

В процессе исследования было выявлено 9 основных морфологических способов словообразования неологизмов, используемых в сфере англоязычных массмедиа. Рассмотрим их подробно.

1. Аффиксация. Как показали результаты исследования, в современном английском языке практически каждый пятый неологизм образован при помощи способа аффиксации, т. е. благодаря добавлению префикса или суффикса к слову или его основе. К наиболее используемым словообразовательным префиксам относятся:

– обозначающие размер: «уменьшительные» – *micro- (microplay, micro-condo)*, *nano- (nanoscience)*; «увеличивающие» – *mega- (megagames)*, *super- (superdrug, super-cookie, superfood)*, *tera- (teraproject), hyper- (hyperpalatable)*;

– отрицательные: *un- (unlock, unschooling, unsend)*;

– временнóго значения: *pre- (prebuttle); post- (postmateriality)*.

Результаты нашего исследования показали, что суффиксация обладает высокой продуктивностью в образовании новых слов. Самую значительную группу составляют суффиксы, образующие имена существительные на базе других частей речи. Например, присоедине-

ние к основе суффикса *-er* обозначает человека в отношении к его деятельности *(Brexiter, Facebooker)*, такое же значение придает слову суффикс *-ist (hacktivist)* и уменьшительно-ласкательный суффикс *-ie (backie, rashie)*. Особой продуктивностью также отличаются суффиксы *-ism (adultism, singlism, Trumpism)* и *-ing (vamping, pyjamming)*, обозначающие процесс или действие, характеризующиеся определенным поведением участников.

Нами была выявлена небольшая группа неологизмов, образованных при помощи адъективных суффиксов: *-able (Instagrammable)*, указывающего на какую-либо способность референта; *-like (spamlike)*, отмечающего сходство двух объектов или явлений; *-y (sketchy)*, обладающего указанной характеристикой. Результаты исследования также показали, что глагольные суффиксы используются для образования новых слов довольно редко. В ходе исследования были выявлены два неологизма данного типа: *to veganise*, образованный при помощи суффикса *-ise*; *to radicalize* с суффиксом *-ize*. Данные суффиксы обозначают переход из одного состояния в другое.

2. Конверсия. В ходе исследования было выявлено, что из трех главных типов конверсии, основывающихся на преобразовании имени существительного в глагол (N → V), глагола в имя существительное (V → N) и имени прилагательного в имя существительное (A → N), наиболее продуктивным является первый. При этом часть слов, подвергающихся конверсии, первично была образована путем словосложения и контаминации: *back + order → backorder → to backorder; costume + play → cosplay → to cosplay*. Многие образованные таким способом глаголы принадлежат сфере компьютерных и интернет-технологий: *to friend* (основывающийся на отношении «действие – объект»), *to blog, to Snapchat* («действие – инструмент»). Образованные таким способом глаголы принимают все грамматические характеристики новой части речи и изменяются в зависимости от залога, времени, аспекта, наклонения, а также лица и числа.

Среди неологизмов, образованных путем конверсии глагола в имя существительное, также преобладают слова из сферы современных технологий: *a like* (от *to like*) используется в интернет-пространстве в значении «знак одобрения».

Другую группу составляют неологизмы, образованные по третьему типу конверсии (A → N) и отражающие характеристику или качество объекта: *beardie, wearable* и др.

Случаев конверсии наречий, имен числительных, предлогов выявлено не было. Однако, несмотря на это, следует отметить, что конверсия является довольно продуктивным способом образования новых слов в англоязычных СМИ.

3. Словосложение. Проведенный анализ показал, что среди основных типов словосложения, результатом которых становятся имя существительное, глагол или имя прилагательное, самым эффективным является образование имени существительного. Данную группу неологизмов мы разделили на две категории: составные имена существительные с 1) глаголом в качестве центральной составляющей (verb-centred) или 2) выступающим в этой роли именем существительным (noun-centred).

Опираясь на результаты исследования, мы пришли к выводу, что примеры второй группы преобладают в исследуемой сфере: *machine vision, elephant deal, pocket-dial, dude food, Ebolaphobia* и др. Стоит отметить, что значительное количество таких имен существительных (взятых за структурную основу слова) является результатом конверсии. Так, слово *geek-speak* («тема разговора, непонятная обычному слушателю») является образцом сленга увлеченных компьютерами людей, а слово *speak*, претерпев переход в имя существительное из разряда глаголов, выступает здесь в качестве главного слова. Ко второй группе можно отнести и такие сложные имена существительные, как *dude-fussing (dude + to fuss + ing) или grey-gapper (grey + gap + er)*, помимо словосложения также принимающие словообразовательные аффиксы.

В ходе проведенного анализа нами было выявлено, что словосложение часто дополняется другими словообразовательными методами. Кроме аффиксации в формировании неологизмов также используется прием усечения. Как правило, при словосложении в английском языке усечению подвергается первое слово. Так, неологизм *bio-bus* возник на основе словосочетания *biological bus*, где первая часть составного слова подверглась усечению. Однако были выявлены случаи, когда усекается вторая часть сложного слова: *FlatCam (flat camera)*.

Результаты исследования показали, что глаголы, образованные в результате словосложения, составляют лишь небольшую группу. Одним из примеров такого словообразования является неологизм *to skinny-bash*.

В ходе нашего исследования в текстах англоязычных СМИ не было выявлено неологизмов, представляющих собой составные имена прилагательные, что указывает на низкую продуктивность данного метода для образования данной группы неологизмов.

4. Обратная деривация. Необходимо отметить, что в настоящее время формирование новых слов английского языка способом обратной деривации происходит крайне редко. Однако анализ структурных особенностей неологизмов, образованных при помощи данной модели, показал, что большую часть новых слов представляют глаголы, появившиеся после усечения суффикса имени существительного: *to compute (от computer), to euthanase* (от *euthanasia*) и *to enthuse* (от *enthusiasm*). Некоторые глаголы из этой группы состоят из двух или более составных частей: *to drink-drive* (от имени существительного *drink-driving*).

Следует отметить, что лишь малая часть слов, образованных таким способом, закрепляется в языке. В большинстве случаев они редко проходят этап лексикализации из-за необычности их восприятия.

5. Усечения. В ходе нашего исследования было установлено, что в большинстве случаев образования новых слов при помощи усечения отсекалась именно завершающая часть слова (обычно включающая суффиксы и / или окончания, но, возможно, и часть основы). Кроме того, следует отметить, что все новые слова, образованные таким способом, являются именами существительными: *trans (transgender), obvi (obviously)* и др. Многие слова из этого разряда являются сложными, т. е. состоят из двух частей: *grip-lit (gripping literature), edtech (educational technology), FabLab (Fabrication Laboratory), yo-pro (young professional)* и др.

В ходе исследования мы пришли к выводу, что в некоторых случаях наряду с усечением финальной части слова или одной из основ сложного слова может происходить «выпадение» отдельных букв. Например, в настоящее время в молодежном сленге широко используется слово *bae*, которое возникло в результате выпадения буквы *b* из основы *babe*. Случаи усечения первичной и завершающей части, как в слове *fridge* (от *refridgerator*), встречаются редко, и такие образования нами выявлены не были.

Следует отметить, что способ усечения характеризуется высокой продуктивностью и является достаточно популярным из-за общей тенденции английского языка к упрощению и минимизации языковых средств. Как правило, неологизмы, воспринимаемые как единицы неформального стиля на начальном этапе, впоследствии получают широкое распространение.

6. Аббревиации. В ходе исследования было выявлено, что аббревиация является довольно популярным и продуктивным способом словообразования. Стоит отметить, что наибольшее число аббревиатур в современном английском языке относится к сфере интернет-общения и технологий. Например, аббревиатура *TBF (to be fair)* часто используется в интернет-переписке и статьях на форумах. Довольно типично употребление данных аббревиатур и для зарубежных таблоидов.

В спортивной сфере широко используется аббревиатура *MVP (most valuable player).* Некоторые аббревиатуры призваны отразить отношение человека к какому-либо явлению. Так, в тексте популярного информационного источника BBC было сказано, что многие американцы считают себя *SBNR (spiritual but not religious)*. Стремление создать из фразы аббревиатуру объясняется популярностью выражения и высокой частотой его употребления.

Следует отметить, что все аббревиатуры, используемые в современном английском языке или только набирающие популярность, отражающие современные реалии той или иной сферы, характеризуются легкостью в произношении и понимании. Необходимо подчеркнуть, что аббревиатуры соответствуют тенденции к упрощению языка, а для перехода к стадии лексикализации и / или институализации неологизмы должны быть запоминающимися, легкими для понимания и произношения.

7. Акронимы. Акронимы, в отличие от аббревиатур, произносятся как слово. Благодаря общности своей фонетической формы они более легки и доступны в восприятии и воспроизведении. Акронимы могут использоваться в различных сферах жизни: политике, спорте, повседневном общении, образовании и т. д. Как и аббревиатуры, акронимы применяются для упрощения языка.

Одним из ярких неологизмов-акронимов политической сферы является *EVEL (English votes for English laws)*, схожее по звучанию с английским *evil*. Акроним, обладающий такой звуковой оболочкой, легко запоминается и рождает определенные ассоциации, привлекая тем самым внимание читателя. Еще одним популярным примером, получившим широкое распространение благодаря СМИ, может по-

служить неологизм *ISIS (Islamic State of Iraq and Syria).*

Акронимы коснулись и сферы образования. На сегодняшний день многие школы применяют интерактивные технологии в обучении и занимаются техническим оснащением классных комнат. Для оптимизации процесса обучения в американских школах стали создавать специальные кабинеты для изучения группы предметов: *STEM subjects (science, technology, engineering and maths)* и др.

Использование акронимов в повседневном общении молодежи, интернет-переписке и даже на страницах англоязычных СМИ доказывает их популяризацию и вхождение в язык. К таким акронимам можно отнести неологизмы *Jomo (the joy of missing out), FOGO (fear of going out), HEN (happy empty nester)* и др. Возникают акронимы и в сфере IT, которые затем переносятся в СМИ: *GAFA (Google, Amazon, Facebook and Apple)* и др.

В ходе исследования мы пришли к выводу, что акронимы являются продуктивным способом словообразования, однако из-за специфичности употребления некоторые акронимы из политической, экономической, медицинской и других узкоспециализированных сфер не получают широкого распространения в языке СМИ.

8. Удвоения. Продуктивность удвоений как способа образований неологизмов в массмедиа в ходе нашего исследования оказалась невысокой. Несмотря на это, нами были выявлены некоторые тенденции удвоений, используемых в языке СМИ. Как мы знаем, удвоения основываются на принципе перемены гласных или рифме.

Результаты исследования показали, что рифма является доминирующим методом образования массмедийных неологизмов, образованных путем удвоения. Абсолютное большинство случаев удвоений возникли благодаря рифме: *twitter quitter, zero hero, walkie-talkie* и др. Нами также было отмечено, что примерно одинаковое количество удвоений имеют главной первую или вторую часть сложного слова соответственно. Например, в случае *happy-clappy* главным является первое слово, второе лишь вносит дополнительный оттенок, а для *dream team* большее значение будет иметь второе слово.

Результаты исследования показали, что в массмедиа преобладающей разновидностью удвоений являются «принижающие» *(disparaging)* удвоения, т. е. слова, несущие некоторую пренебрежительную окраску: *bling-bling* («человек яркой внешности, но обладающий низким интеллектом и узким кругозором»), а порой и открыто высмеивающие людей по какому-либо характеризующему их признаку: *fuzzy wuzzy* («оскорбительный способ обращения к афро-американцам»).

В целом, как было отмечено, удвоения не очень эффективны в образовании массмедийных неологизмов, и случаи их образования и использования достаточно редки, но, как полагают ученые, они обладают мощным языковым потенциалом и «творческой» заряженностью. Более того, именно массмедиа, стремясь привлечь внимание читателя, часто становится источником образования удвоений и способствует их популяризации, лексикализации и / или институализации.

9. Контаминация. Контаминация основывается на слиянии двух слов в одно, при этом каждое слово должно быть представлено как минимум одной фонемой. Проанализировав неологизмы, образовавшиеся в результате контаминации, мы пришли к выводу, что в большинстве случаев новое слово является именем существительным. Реже в результате контаминации образуются глаголы и имена прилагательные. Случаев появления наречий, имен числительных, предлогов и других частей речи на базе собранного материала выявлено не было.

В результате проведенного исследования нами было выявлено, что одними из наиболее продуктивных моделей образования телескопных слов в англоязычных СМИ являются соединения:

– начального морфа (его части) первого компонента и конечного морфа (его части) второго компонента: *gringe (grown out + fringe), frenemy (friend + enemy), bromance (brother + romance), bronde (brown + blonde), plyscraper (plywood + skyscraper), democratator (democratic + dictator)* и др.;

– начального морфа (его части) первого компонента и полной основы второго компонента: *athwear (athletic + wear), sirtfood (sirtuins + food), Instafamous (Instagram + famous), genervacation (generation + vacation), Brexiter (Britain + exit + er)* и др.;

– полной основы первого компонента и конечного морфа (его части) второго компонента: *wasband (was + husband), ringxiety (ring + anxiety), hunkvertising (hunk + to advertise + ing), mansplain (man+ to explain), slashkini (slash + bikini), manels (man + panels),*

courtsider (court + insider), skirtini (skirt + bikini), nanotecture (nano + architecture) и др.

Следует отметить, что в большинстве случаев телескопные слова образуются при слиянии нарицательных имен существительных, однако в СМИ встречаются и случаи использования имен собственных, образованных способом контаминации. Так, например, возник неологизм *Berniesplain (Bernie + explain)*, являющийся производным неологизма m*ansplain (man + explain)*. Возникновение такого неологизма свидетельствует об отношении к высказываниям американского политика и отражает его позицию во время дебатов и интервью.

Необходимо подчеркнуть, что использование телескопных слов в СМИ делает текст запоминающимся, ярким. Такие слова звучат необычно, однако, как правило, смысл телескопных слов легко угадывается, они без труда воспринимаются на слух или зрительно носителями языка. Телескопные слова отвечают тенденции английского языка к упрощению, заполняют существующие лакуны в языке и позволяют выразить мысль более кратко. В сфере массмедиа телескопные единицы чаще всего придумываются намеренно для достижения этой цели.

По нашему мнению, контаминация является достаточно продуктивным методом образования неологизмов в СМИ. Результаты исследования показали, что телескопные слова составляют большую часть собранного нами материала.

Итак, нами была изучена продуктивность девяти основных видов образования неологизмов английского языка в массмедиа и получены следующие результаты: наиболее продуктивными способами словообразования являются словосложение (38%), аффиксация (23%) и контаминация (16%). Меньшей продуктивностью по сравнению с ними обладают усечения (7%), акронимы (6%) и случаи конверсии (6%). Наименьший процент массмедийных неологизмов составляют аббревиатуры (2%), удвоения (1%) и случаи обратной деривации (1%).

Список литературы

1. Алиаскарова Г.Ф. Сравнительный анализ неологизмов в современном русском и немецком языках // Вестн. Сарат. гос. техн. ун-та. 2007. № 4 (16). С. 226–231.
2. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М.: Высш. шк., 1986.
3. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. М.: Наука, 1973.
4. Касаткин Л.Л. Краткий справочник по современному русскому языку. М.: Высш. шк., 1991.
5. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. М.: Флинта: Наука, 2003.
6. Сенько Е.В. Неологизация в современном русском языке конца XX века: межуровневый аспект: дис. … д-ра филол. наук. Волгоград: Знание, 2000.
7. Cambridge New Words Dictionary [Electronic resource]. URL: http://dictionary.cambridge.org/ (дата обращения: 12.04.2018).
8. Oxford Learner’s Dictionaries [Electronic resource]. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/ (дата обращения: 12.04.2018).

* * *

1. Aliaskarova G.F. Sravnitel'nyj analiz neologizmov v sovremennom russkom i nemeckom jazykah // Vestn. Sarat. gos. tehn. un-ta. 2007. № 4 (16). S. 226–231.
2. Arnol'd I.V. Leksikologija sovremennogo anglijskogo jazyka. M.: Vyssh. shk., 1986.
3. Bragina A.A. Neologizmy v russkom jazyke. M.: Nauka, 1973.
4. Kasatkin L.L. Kratkij spravochnik po sovremennomu russkomu jazyku. M.: Vyssh. shk., 1991.
5. Neljubin L.L. Tolkovyj perevodovedcheskij slovar'. M.: Flinta: Nauka, 2003.
6. Sen'ko E.V. Neologizacija v sovremennom russkom jazyke konca XX veka: mezhurovnevyj aspekt: dis. … d-ra filol. nauk. Volgograd: Znanie, 2000.

Structural features of the mass media neologisms of the English language

The article deals with the structural features of the mass media neologisms of the English language. It describes 9 main morphological methods of word formation of neologisms. The most productive ways of word formation are word composition, affixation, contamination. Truncations, acronyms, conversion have less productivity. The lowest percentage are abbreviations, doublings and reverse derivation.

Key words: *neologisms, methods of word formation, word composition, affixation, contamination, truncation, acronyms, conversion, abbreviation, doubling, reverse derivation.*

(Статья поступила в редакцию 07.05.2018)